

Spis treści

Wstęp?	5
1. Zanim zaczniesz pisać tekst	9
2. AIDA — cztery kroki skutecznej komunikacji	17
3. Strategia, która ułatwi Ci napisanie tekstu ofertowego	23
4. Ciemna strona mocy, której nie nauczą Cię na żadnej uczelni	45
5. Jak podjąć decyzję za klienta (emocje i przekonania)	53
6. Usuwanie przeszkód w drodze do Najbardziej Oczekiwanej Akcji	55
7. Jak sprawić, by klienci Ci zaufali	57
8. Kilka uwag o myśleniu systemowym	71
9. Jak działa język perswazji	75
10. Język zmysłów	81

11.	Działanie na emocje	97
12.	Kotwiczenie stanów	107
13.	Magiczne słowa	109
14.	Studium przypadku: nasza własna oferta copywritingu	133
	Na zakończenie	177